地市级党报推动媒体融合步伐浅析

摘　要：“推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。”“要加快推动媒体融合发展，使主流媒体具有强大传播力、引导力、影响力、公信力，形成网上网下同心圆，使全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起，让正能量更强劲、主旋律更高昂。”习近平总书记多次提出明确要求，加快推动媒体融合发展。本文以山西《忻州日报》为例，对地市级党报媒体融合的现状加以分析，以期推动其融合步伐。

关键词：媒体融合；发展
中图分类号：G219.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）07-064-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.07.018

文 / 白雪萍

媒体使用新工具、顺应新趋势已成为移动互联时代的发展方向，媒体融合势不可挡。那么，地市级党报全媒体融合发展构架形成与否，媒体融合发展现状又如何？以地市级党报山西《忻州日报》为例，笔者谈一些粗浅认识。

1. 地市级党报媒体融合发展尚处在探索阶段

面对传媒业的发展态势，地市级党报在融合发展路上做了努力和尝试，如“APP 客户端”“报网融合”“微信公众号”等方式，但转型发展绝大多数比较缓慢，甚至处于停滞状态。早在 2015 年 11 月 9 日，忻州日报社新媒体传播平台正式上线，力争在媒体融合上大胆创新、转型，实现一次采集、多元发布的传播目标。在此之前，《忻州日报》曾经进行了新闻网站、电子报、手机报等多种形式的尝试，但发展到现在，以传统媒体为重、新兴媒体为辅的模式依旧未能突破。大多数人认为，只要把报纸稿件放在互联网上就是新媒体，这是传统媒体人认识上的误区。拥有近十人的忻州日报新媒体中心，每天的主要工作不过是把报纸上刊发过的稿件再搬到网站、微信公众号等上面，新媒体编辑更多的时候充当的是“搬运工”的角色。新闻不“新”，未能体现出新媒体的传播优势和传播效果。事实上，虽然绝大多数地市级党报的转型喊了很多年，也似乎运作了很多年，但发展模式尚在探索阶段。

再者，由于受体制的影响，地市级党报的用人机制很不灵活，老人出不去、新人难进来，从业人员严重老化。以忻州日报社为例，采编人员平均年龄达 53 岁，近十年来招考进的在编人员仅仅 2 人。受此影响，多数人对新生事物接受较慢，对传统媒体和新兴媒体融合认识模糊，在他们看来，互联网思维只是一种新的传播形式，报纸内容上了网，就是新媒体了。在这样的现实下，媒体融合步伐怎么可能加快，又怎么可能真正实现呢？

纵观全国，近年来，一批技术先进、各具特色且有竞争力的新兴主流媒体相继涌现；通过资源整合，形成了一批有着较强传播力、影响力、引导力的新媒体或融媒体集团，一个新的媒体格局和传播体系正在形成，新兴媒体的影响力越来越显现。目前，我国网民已达到 8.02 亿，其中手机网民占比 98.3%。新闻客户端和各类社交媒体越来越成为人们的第一信息源，而且人人都可能成为信息源。在这样发展态势下，从中央媒体到地方媒体，各媒体不断强化互联网思维，以内容建设为根本，以先进技术为支持，优化配置、科学组合，实现各种资源的互联互通，不断推动内容、平台、渠道、管理、经营等方面深度融合，全力打造融合发展的现代传播新格局。

不仅如此，随着移动互联网技术和智能手机应用的快速发展，各种新闻和社交类软件越来越多，人们获取新闻资讯的渠道也越来越广。在小小的忻州市，“晨报忻州”“山青忻州”等许多自媒体仿佛一夜之间冒了出来，使一直以来固守传统思维的地市级党报受到了不小的冲击。做好新时代的宣传思想工作，需要不断创新，特别是党报、党刊等主流媒体，必须与时代同频共振，充分运用新技术、新模式、新平台、新机制等，积极推动报业融合发展，坚定不移地走融合发展之路。

2. 地市级党报媒体融合发展的主要路径

融合发展是主流媒体的一场自我革新。面对媒体新格局，地市级党报要跟上网络化、数字化的发展步伐，加快与新兴媒体的融合，赢得更多的受众。笔者认为，应着重从以下几方面发力：

2.1 强化互联网思维，实现传统媒体和新兴媒体一体化发展

传统媒体和新兴媒体不是取代关系，而是迭代关系；

不是谁强谁弱，而是优势互补。因此，融合发展不应一哄而上都搞大工程，应找到各自的定位、特色。要坚持一体化发展方向，有效整合各种生产要素和媒介资源，放大一体效能，最终实现技术、内容、管理、平台等的互通共融。

思路决定出路。以《人民日报》为例，“中央厨房”“党媒信息公共平台”“融媒体工作室”“人民号”等，十多种精心打造的媒体，使这张纸媒从拥有 300 多万读者，发展到覆盖 7.8 亿用户，传播力、引导力、影响力、公信力得以不断提升。从中我们看到了科技发展的力量，也看到了主流媒体回应时代挑战的努力。而地市级党报目前还停留在“传统媒体为主、新媒体为辅”的发展思路中。“媒体融合正在成为当前传统媒体转型升级的主攻方向，要找到媒体融合的关键，需要从信息传播的终端、渠道、业态及商业模式三个层次上重新认识媒体融合的概念。”多年来一直研究媒体融合发展的中国人民大学新闻学院教授宋建武说。笔者认为，要突破掣肘媒体融合发展的瓶颈，就必须转变传统的思维模式、思想观念、运作方式等，从互联网的规则与机制特点出发，始终坚守党报作为党的喉舌的宗旨，始终与人民心连心、同呼吸、共命运，为党和人民的利益鼓与呼。

2.2 强化平台建设，实现由单一内容平台逐步向经营平台转变

互联网是一个更加便捷和有效的信息传播网络，它的出现打破了传统媒体对渠道的垄断。人们尤其是年轻一代更乐于接受新的传播载体和手段，新媒体已经成为绝大多数人获取信息的主要渠道，这对主流传统媒体固有的传播模式影响不小。同时，在互联网的冲击下，近年来，地市级党报的经营收入延续下滑趋势，亟须拓展新的市场模式和盈利模式。如忻州日报社，五年前的广告收入为 300 万元左右，现仅有 200 万元左右，下滑很明显，而且商业广告所占比重较小。“读者在哪里，受众在哪里，宣传报道的触角就要伸向哪里。”习近平总书记强调。当下，我们应着眼于各类用户的兴趣和需求，着眼于盘活各类资源的融合，不断创新新媒体信息发布的内容和形式，搞好平台建设，将传统媒体从单一化的内容发布平台逐步转化为经营性平台，优化资源配置，拓宽发展空间，推动传统媒体和新兴媒体的良性互动。

全媒体时代，地市级党报在受众资源流失、经营收入锐减的现实下，唯有实现传统媒体与新兴媒体的优势互补、融合发展，才能蹚出一条新的路子。

2.3 强化“内容为王”，实现媒体融合新闻性和传播力的提升

内容是任何媒介形态都非常重要的基础条件。新时期，地市级党报要做好媒体融合这篇大文章，除了以融合方式扩大新闻传播外，还必须注重品牌经营，增加传统媒体的新闻性。其实，“内容为王”一直是媒体能够吸引住读者的关键所在。在当前的媒体环境下，内容依然为王，只是用户的内容需求变了。我们要多深入基层一线，掌握第一手材料，要善于观察、善于思考，运用丰富的新闻语言、形式、方法等写出优秀作来品。要坚守新闻事实，多角度、多形式采编，增加媒体融合的新闻性。要学习新技术，不断充实自己，成为会创意策划、会编辑微信、会制作图片等的全能手。积极应对新局面，推动融合更纵深。比如，一般情况下报纸只是刊发文字和少量图片，但在新闻采访中，记者往往会拍摄许多的图片并录制视频，这时我们可以把视频及多数图片上传到微信客户端，制作成“直播”新闻，生成二维码并印到报纸上。这样读者在看新闻报道时还可以通过扫二维码看到大量图片及视频，让纸上的新闻“动”“活”起来。这样，一条新闻就真正实现了一次生成、多元转化、多次传播，受众乐于接受。

2.4 强化机制建设，实现“事业 + 产业”的报业新架构

党报是党的重要舆论阵地，这是我们必须始终坚守的根本。在传统媒体与新媒体融合发展的今天，党报必须始终与党保持一致，发挥主流媒体的社会影响力。抓住一次机遇，就会赢得一次跨越；错过一次机遇，就会失去一个时代。在当前媒体融合上升至国家战略的大背景下，地市级党报要与时俱进培育壮大新媒体。结合各自实际，着力打造创收主平台，打造报业事业和报业产业的新架构，提高地市级党报的市场竞争力和社会影响力。其次，灵活高效的人才培育机制和激励机制是媒体良性发展的重要保证。目前，地市级党报的当务之急是提高从业人员整体素质，着力培养一批政治坚定、业务精湛、作风正派的采编团队和勇于进取、善于经营的报业经营管理团队，形成传统纸媒、新媒体对区域的广覆盖。

网络时代众声喧哗，党报、党刊、党台等必须彰显主流媒体的责任和价值，主动拥抱变革、因势而谋、顺势而为，不断强化党报的舆论引导力、社会公信力和市场竞争力，让正能量更强劲、主旋律更高昂，在“数字报业”融合发展、整合营销的全媒体之路上走稳、走好。媒

参考文献

[1]2014 年 8 月 18 日习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第四次会议上的讲话 .

[2]2019 年 1 月 25 日习近平在中央政治局就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习时的讲话 .

（作者单位：忻州日报社）